

I 戸隠キャンプ場の利用料金について

1 戸隠キャンプ場の概要、利用状況

・概要

戸隠キャンプ場は、昭和36年に開設。敷地面積は、22.49haで東京ドーム約5個分にあたり、広大なフィールドの中にフリーサイト250張、電源、水道付区画サイトは50区画、ログキャビン28棟、バンガロー2棟、コテージ5棟、トレーラーハウス4棟と、様々なシチュエーションで楽しめる全国にも例の無いキャンプ場となっている。

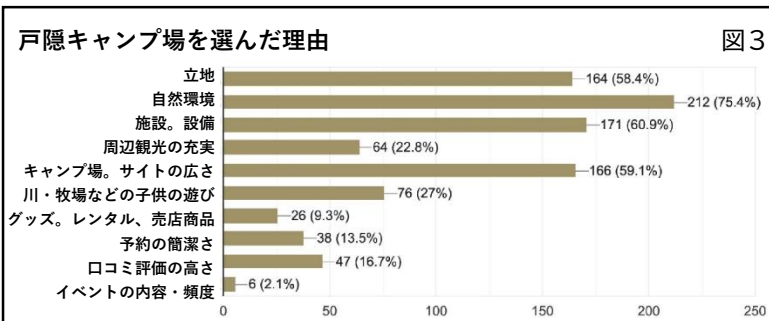
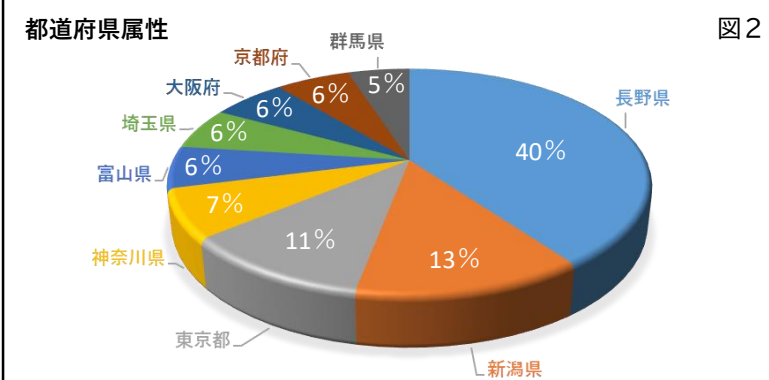
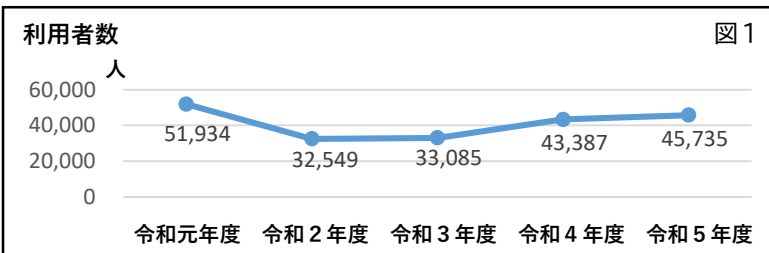
また、場内に併設されている戸隠牧場は牛や馬が放牧され、乗馬体験やふれあい動物広場など子どもたちに大人気となっている。

・利用状況

令和2年度、3年度は新型コロナウイルスの影響により利用者数が減少したが、令和4年度以降はコロナ過でのキャンプブームも後押しをして利用者が増加した。（図1参照）

（株）戸隠のアンケート調査では、利用者の4割が長野県、6割が県外（関東地方3割、北信越地方2割、関西地方1割）。（図2参照）

戸隠キャンプ場を選んだ理由の一番は、自然環境が良いこと、二番は、施設・設備が充実していること、三番は、サイトの広さや交通の便などの立地条件が良いこと。（図3参照）



2 全国キャンプ場における今後の方針・方向性

2

- ・ 全国のキャンプ場900カ所からアンケートを実施。（公設及び民間）

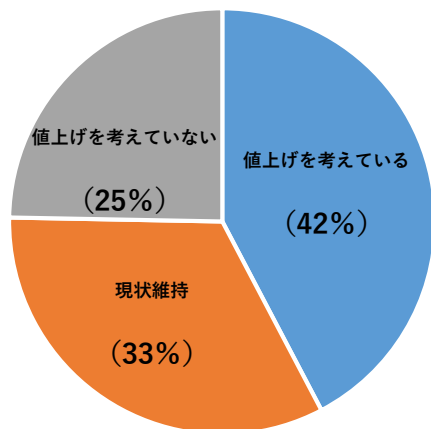
2024年度予想と計画アンケート結果



一般社団法人

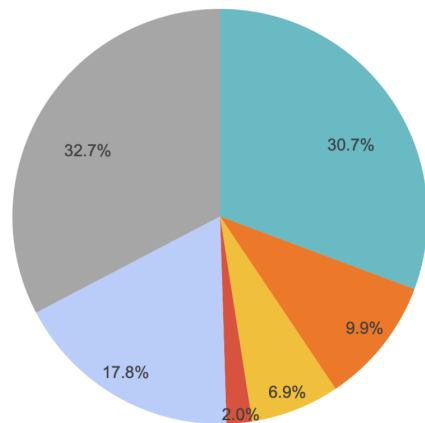
日本オートキャンプ協会

サイト料金の値上げの有無



- 値上げを考えている（42%）
- 現状維持（33%）
- 値上げを考えていない（25%）
※ うち、すでに値上げを実施（24%）

2024年事業の大きな方針・方向性として特に考えていることは？



- キャンプ場事業サービス（ソフト面）拡充（30.7%）
- キャンプ場事業環境（ハード面）拡張・拡大（9.9%）
- キャンプ場周辺関連事業の開発・拡大（6.9%）
- 別事業へ参入（2.0%）
- 適正な規模や組織、サービスへの整理・見直し（17.8%）
- 現状維持・堅持（32.7%）

※キャンプ業界は、キャンプブームがピークアウトし、今後利用者が減少していく。その中で、いかに清潔で快適な環境を整え、利用者に気持ちよく過ごしていただき、選ばれるキャンプ場になるかが重要である。そのため、経営環境の変化に対応できる料金体系とする必要がある。

3 近隣類似施設との料金比較

3

コテージ、ログキャビン、バンガロー比較

※ 敷地面積が戸隠キャンプ場と同等規模の人気キャンプ場

(単位：円)

区分		戸隠 キャンプ場 (現行)		北軽井沢 スウィートグラス		無印良品 カンパニー孺恋 キャンプ場		
所在地		長野市		群馬県長野原町		群馬県孺恋村		
コテージ (6人)	レギュラー	28,000			29,000		48,400	
	ハイ	31,000			80,500		75,625	
ログキャビン (5人)	レギュラー	9,000			13,200		18,800	
	ハイ	14,000			52,300		32,500	
バンガロー (5人)	レギュラー	5,000			—			
	ハイ	6,000			—			

(黄色セルは、上限額に達している)

区画サイト、フリーサイト比較

区分		戸隠 キャンプ場 (現行)	北軽井沢 スウィートグラス	キャンプ & キャビンス 那須高原	丸沼高原 オートキャンプ場	無印良品 カンパニー孺恋 キャンプ場	キャンプラス いいづな 飯綱東高原	長野フォレスト ビレッジ
所在地		長野市	群馬県長野原町	栃木県那須町	群馬県片品村	群馬県孺恋村	長野県飯綱町	長野市
区画サイト	レギュラー	8,000	5,500	5,500	5,000	8,320	6,000	—
	ハイ	11,000	28,000	18,500	10,000	13,000	11,500	—
	m ²	130m ²	120m ²	130m ²	140m ²	140m ²	130m ²	
フリーサイト	レギュラー	2,500	—	—	3,000		3,600	2,000
	ハイ	4,000	—	—	5,500	8,000	5,000	3,500

(黄色セルは、上限額に達している)

4 キャンプ場経営の方向性

キャンプブームがピークアウトしていく中、安定した経営を維持していくには、指定管理者の自由な発想により、収益性の高い事業展開を行うことが必要であり、今後、さらなるサービスの向上を目指す

- ① 安定的な経営を維持する
- ② キャンプ場内の清潔、快適な環境づくり（トイレ整備、炊事場の快適性の向上）
- ③ 観光資源として、更なる魅力を磨き上げる（インバウンド対応、トレーラーハウス施設等の通年化）
- ④ 登山者や市民にとって、より身近で気軽に利用できる施設を目指す

5 利用料金改定の考え方

- ① 近隣キャンプ場と比較する中で、魅力を維持し、競争力を失わない均衡のとれた料金
- ② 指定管理者の様々な企画や裁量を妨げないこと
- ③ 今後、人件費等の上昇にも耐えうる料金の幅を考慮すること